

E-BOOK GRATUIT

REUSSIR

SES CAMPAGNES
PUBLICITAIRES
SUR FACEBOOK





Vos campagnes Facebook ont un faible rendement, un faible taux de conversion ?

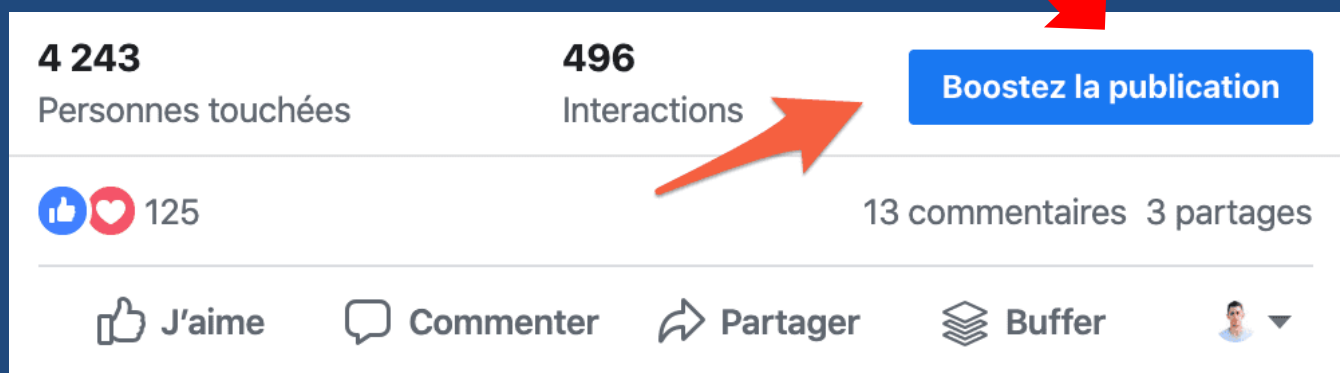
Si vous prévoyez de lancer une campagne sur Facebook et que vous voulez vous assurer que tout est en place avant de passer à l'action, voici une liste de paramètres à contrôler qui couvre, non pas tous les aspects, mais certains d'entre eux qui sont cruciaux. Si vous cochez toutes les cases, c'est que vous avez assimilé les notions de base au niveau de la pub Facebook pour les pros.

Suivez les recommandations de ce guide et faites en une checklist à vérifier avant le lancement de chacune de vos campagnes.



LA REGLE D'OR

**N'UTILISEZ PLUS JAMAIS LE BOUTON
« BOOSTER LA PUBLICATION »
ACCESSIBLE DEPUIS VOTRE PAGE.**



**UTILISEZ UNIQUEMENT
LE BUSINESS MANAGER
POUR UN PARAMETRAGE POINTU
DE VOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES.**



1- TYPE DE CAMPAGNE

❑ Décidez du type d'annonce à utiliser

Facebook propose plusieurs types de publicités différentes. Les divers types d'annonces présentent des avantages variables. Choisissez celles qui correspondent à vos objectifs : Voulez-vous gagner en notoriété, attirer du trafic sur votre site ou dans votre boutique physique, générer des prospects, etc.? Tout est possible, à condition de bien définir son objectif de campagne.

❑ Faites une combinaison

Là encore, la meilleure solution est probablement de diffuser plusieurs types d'annonces pour voir lesquelles attirent le plus de clics et génèrent les meilleurs résultats pour votre entreprise. Si vous êtes déjà actif sur Facebook, vous pouvez avoir plusieurs formats de publicité dans votre campagne.



***Pour accéder à notre
Masterclass ROC et maîtriser
Facebook pour décupler votre CA***

CLIQUEZ ICI



2- BUDGET

❑ Fixez un budget

Avant de commencer à faire de la publicité, planifiez combien vous êtes prêt(e) à dépenser par jour –ou sur la durée totale de l'action publicitaire- pour votre campagne sur Facebook. Vous avez le choix entre un budget global ou quotidien. Et tenez compte du fait que vous devrez peut-être dépenser un peu d'argent au départ pour la phase de test, avant de savoir à quel type de publicité votre public réagit. Soyez prudent car ça peut grimper très vite.

❑ Choisissez une stratégie d'enchères

Lorsque vous créez une annonce, vous pouvez choisir le montant que vous êtes prêt à payer pour un clic. En règle générale, plus vous payez, plus vos annonces seront vues. Testez différentes stratégies et pensez à les adapter au type de campagne que vous développez.

❑ Choisissez un modèle de coût

Il existe deux modèles de coût différents : le CPC (coût par clic) et le CPM (coût pour mille impressions). Choisissez celui qui convient le mieux à votre campagne publicitaire.



3- AUDIENCES ET PERIODE

❑ A qui vous adressez-vous ?

On ne vend pas facilement de la glace aux esquimaux. Pour que votre publicité fonctionne, il faut que vous trouviez les personnes qui ont besoin de votre produit/service. Et pour cela, il vous faut faire un travail de ciblage. Avec les outils de Facebook, vous pouvez choisir le sexe, le genre, l'âge, les centres d'intérêt et même les comportements de votre audience-cible. Il existe tant de fonctionnalités qu'il serait difficile de les lister ici. Ouvre le gestionnaire d'audiences dans votre Business Manager et apprivoisez-le progressivement. Vous serez surpris des résultats.

❑ Pour combien de temps ?

Il faut définir la durée de votre campagne. 10 jours ? 2 semaines ? Cette donnée doit être croisée avec le budget et vos objectifs personnels. Gardez à l'esprit tout de même que Facebook a besoin de plusieurs jours pour toucher les bonnes personnes dans votre cible et faire fonctionner ses robots pour collecter des données qui vous serviront par la suite. Inutile donc de créer une campagne de 2 jours. Soyez patient et surveillez les résultats comme le lait sur le feu afin de faire les ajustements nécessaires.



MASTERCLASS ROC INEDITE
50% DE REDUCTION
JUSQU'AU 31 JUILLET 2020

CLIQUEZ ICI



4- CONCEPTION ET CONTENU (1/2)

Identifiez vos facteurs différenciants

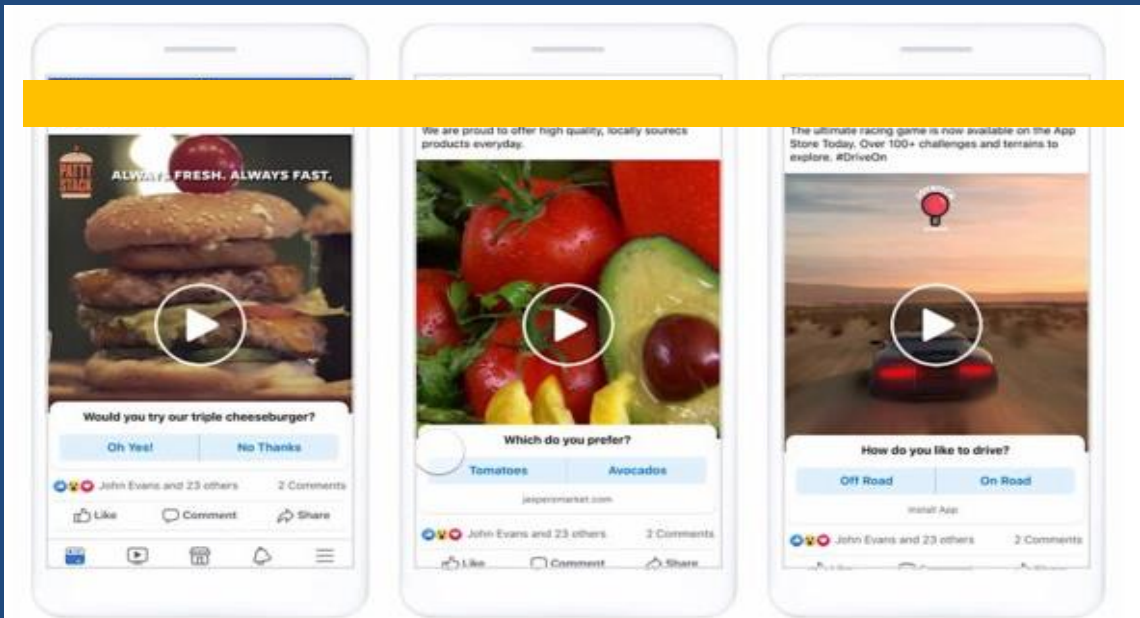
Qu'est-ce qui est unique dans votre produit ou service ?

Examinez les concurrents dans votre région et essayez de trouver comment vous pouvez faire ressortir votre campagne publicitaire. Notez 3 à 5 choses que vous pouvez faire mieux que vos concurrents les plus puissants. Utilisez ensuite ces arguments de vente dans la campagne.

Choisissez une/des image(s)/vidéo(s) captivante(s)

L'image ou la vidéo, c'est l'élément le plus important d'une publicité.

Prenez le temps de déterminer quelle support représente votre marque/produit/service et attire en même temps l'attention et les clics.



Ecrivez le(s) titre(s) qui accroche(nt)

Examinez vos arguments de vente uniques et incluez-les dans le titre, de préférence avec un appel à l'action clair qui donne envie aux gens de cliquer pour acheter un produit. Si le titre n'accroche pas, les gens passeront leur chemin.



4- CONCEPTION ET CONTENU (2/2)

❑ Rédigez le corps du texte

Quelles sont les valeurs ajoutées que vous souhaitez apporter à votre produit ? Dans le champ de texte de l'annonce, vous pouvez présenter votre marque et donner au visiteur une image de qui vous êtes, où vous êtes situé, et surtout ce que vous faites mieux que les autres. Mais surtout, vous devez identifier un problème et expliquer comment votre offre le résout. C'est la valeur que vous apportez qui compte.

❑ Faites plusieurs combinaisons de publicité

C'est très important lorsque l'on planifie une campagne sur Facebook. Faites de nombreuses annonces et combinez le texte et les images de différentes manières. Ce faisant, au bout de quelques jours, vous obtiendrez une réponse à la question de savoir ce qui fonctionne le mieux : quel type de publicité suscite le plus grand nombre de clics et quelles publicités génèrent le plus de ventes ou d'intérêt. Ainsi vous pourrez remarketer facilement la bonne cible.

Sponsorisé · · ·

On dit qu'une image vaut 1000 mots ...
Mais ... Sais-tu que l'image de Ton Post ou de Ta Pub représente à elle seule 80% du résultat ?
➔ Télécharge Maintenant ce Guide Offert : <http://bit.ly/2uv8LKO>
Après avoir investi à Profit plus de 5 Millions d'euros en Publicités notamment sur Facebook, j'ai constaté après avoir analysé des milliers de publicités que l'image joue un rôle décisif dans la réussite et la rentabilité de tes campagnes.... [Afficher la suite](#)



OFFERT : Guide Ultime de l'Image de Pub Parfaite
Mon Secret N°6 Est Imparable pour Capter l'Attention de Tes Prospects et Les Faire Cliquer Sur Ta Pub à Tous les Coups ==>
FORMATIONS.FRANKROCCA.COM [Télécharger](#)



**MASTERCLASS ROC
"DECUPLER SON
CHIFFRE D'AFFAIRES
GRACE A FACEBOOK"**

CLIQUEZ ICI



ROC

A C A D E M Y

Libérez votre potentiel

www.academieroc.com